

Trabajo Fin de Grado

Título del trabajo:

Análisis del Reglamento (UE) 2018/302 sobre el bloqueo geográfico injustificado, en especial del artículo 4 y su posible aplicación a la Investigación de la Comisión Europea sobre Hoteles Meliá.

Analysis of Regulation (EU) 2018/302 on unjustified Geo-Blocking, especially Article 4 and its possible application in the Meliá Hotels investigation of the European Commission.

Autor

Andrea Pons Gómez

Director

Ángel Luis Monge Gil

Índice.

1.	Abreviaturas utilizadas.	5
2.	Introducción.	7
3.	Definición de bloqueo geográfico.	9
4.	Relevancia de la práctica de bloqueo geográfico en la Unión Europea.	15
5.	Regulación de la UE en materia de bloqueo geográfico. Entrada en vigor del Reglamento (UE) 2018/302.	19
6.	Análisis del artículo 4 del Reglamento (UE) 2018/302.	33
7.	Investigación de la Comisión Europea a Hoteles Meliá.	43
8.	Conclusiones y recomendaciones.	49
9.	Bibliografía.	51
10.	Anexo de legislación.	55

1. Abreviaturas utilizadas.

CNMC	Comisión Nacional de Mercados y la Competencia.
LCGC	Ley de Condiciones Generales de la Contratación.
STC	Sentencia
TFUE	Tribunal de Justicia de la Unión Europea
UE	Unión Europea

2. Introducción.

A lo largo de este trabajo estudiaré el nuevo Reglamento 2018/302, en especial su artículo 4 que regula el acceso a productos y servicios y las consecuencias que tendría su aplicación a la investigación abierta por la Comisión Europea a la cadena de Hoteles Meliá.

La cuestión principal que pretendo responder con este trabajo es si la nueva normativa tiene un alcance suficiente como para proteger los Derechos de los consumidores y la libre competencia dentro de la Unión Europea y cuáles son los límites del Reglamento, y especialmente del art. 4 a la hora de ser aplicados en la práctica.

De forma secundaria, estudio la posibilidad de aplicar esta nueva Regulación a la investigación de la Comisión Europea sobre los Hoteles Meliá y otros operadores turísticos europeos. Al mismo tiempo, hago una comparación con los resultados que se obtendrían al aplicar la normativa europea en materia de Derecho de la Competencia anterior a la entrada en vigor del Reglamento.

Debido a la amplitud del bloqueo geográfico he decidido delimitar este estudio a las prácticas comerciales prohibidas por el nuevo Reglamento 2018/302 que impidan el acceso a bienes y productos dentro del Mercado interior de la Unión Europea bajo los términos establecidos en el artículo 4 de dicha regulación.

El método utilizado en el estudio será la comparación de la nueva regulación con las anteriores disposiciones comunitarias de Derecho de la competencia las cuales sean también aplicables a supuestos de hecho de bloqueo geográfico. Debido a la reciente entrada en vigor de éste Reglamento y la falta de jurisprudencia relativa a el artículo 4 del Reglamento 2018/302 realizo una hipótesis de su posible aplicación al caso Meliá.

He elegido este tema porque tras haber vivido en el extranjero he experimentado como consumidor prácticas de bloqueo geográfico las cuales han limitado mi acceso a productos o servicios y han hecho que tuviera que adquirir servicios a precios superiores

a los cuales solía adquirirlos en mi país de origen por estar establecida en otro Estado miembro (Ej: pagar el doble por el mismo servicio de streaming de música de Spotify).

En conclusión, éste estudio pretende, en primer lugar, reconocer el esfuerzo del legislador europeo por mantener a la vanguardia la regulación comunitaria sobre el comercio electrónico. Y en segundo lugar, poner de manifiesto sus puntos débiles y sus limitaciones a la hora de ser aplicada de forma que se pueda seguir mejorando.

3. Definición de bloqueo geográfico.

El “bloqueo geográfico” se puede definir como “el conjunto de prácticas que llevan a cabo los comerciantes que ejercen su actividad en un Estado miembro al bloquear o limitar el acceso a sus interfaces en línea, tales como sitios web y aplicaciones, a clientes de otros Estados miembros que desean realizar transacciones transfronterizas”¹. El bloqueo geográfico y otras prácticas basadas en la restricción geográfica en el comercio electrónico se consideran limitaciones del comercio electrónico al restringir o limitar la oferta a los clientes². El bloqueo geográfico se distingue de las medidas de “filtrado geográfico”, es decir, las prácticas comerciales por las que los minoristas en línea permiten a los consumidores acceder y comprar bienes o servicios fuera de sus fronteras, aunque ofrecen distintas condiciones si el cliente se encuentra en otro Estado miembro³.

Algunos autores como Ortiz Vidal⁴ e Heredia Cervantes⁵ ponen de manifiesto el papel absolutamente esencial que tiene la contratación electrónica a la hora de eliminar barreras geográficas lo cual permite que las partes de un contrato puedan realizar transacciones comerciales sin estar presentes en el mismo lugar físico.

Sin embargo, los resultados del Informe sobre la investigación sectorial llevada a cabo sobre el comercio electrónico realizado por el Consejo y el Parlamento Europeo señalan que “con el crecimiento del comercio electrónico, han surgido ciertas prácticas empresariales que suscitan problemas de competencia y otras han evolucionado”⁶. Entre estas prácticas se encuentra el bloqueo geográfico que es regulado por el nuevo Reglamento (UE) 2018/302 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 28 de febrero de 2018, sobre medidas destinadas a impedir el bloqueo geográfico injustificado y otras

¹ Reglamento (UE) 2018/302 del Parlamento Europeo y del Consejo de 28 de febrero de 2018 sobre medidas destinadas a impedir el bloqueo geográfico injustificado y otras formas de discriminación por razón de la nacionalidad, del lugar de residencia o del lugar de establecimiento de los clientes en el mercado interior. Considerando n.1.

² Flores Rojas, M.L., “Are online consumers protected from geo-blocking practices within the European Union?”, en. *International Journal of Law and Information Technology*, Oxford University Press, Volumen 26, n. 2, pp. 119–141, 2018. Pág. 1.

³ Informe final de la investigación sectorial sobre el comercio electrónico, Bruselas, 10.5.2017. Párr. 45.

⁴ Ortiz Vidal, M.D., “Contratos Electrónicos Internacionales B2C y protección del pequeño empresario”, en. *Cuadernos de Derecho Transnacional*, Vol. 6, n. 1, pp. 337-396, marzo 2014. Pág. 387.

⁵ Heredia Cervantes, I., “Consumidor pasivo y comercio electrónico internacional a través de páginas web.”, en. *Revista Jurídica*, Vol. 5, pp. 69-100, 2001. Pág. 89.

⁶ Informe de la Comisión, 10.5.2017, Op.cit., Párr. 73 .

formas de discriminación por razón de la nacionalidad, del lugar de residencia o del lugar de establecimiento de los clientes en el mercado interior. Esta normativa que entró en vigor el 23 de marzo de 2018 y es aplicable desde el 3 de diciembre de 2018, surge ante la necesidad de eliminar obstáculos en la contratación electrónica y con el ánimo de adaptar el mercado interior europeo a la nueva era digital.

Siguiendo los resultados de la mencionada investigación sectorial llevada a cabo sobre el comercio electrónico realizada por el Consejo y el Parlamento Europeo, este trabajo estudiará el alcance de la nueva normativa que regula las prácticas de bloqueo geográfico injustificado en el contexto de transacciones comerciales en el mercado interior, haciendo especial análisis del artículo 4 y estudiando su posible aplicación a la investigación de la Comisión Europea a la cadena de Hoteles Meliá⁷.

No obstante, es necesario hacer varias aclaraciones preliminares. Las prácticas de bloqueo geográfico pueden llevarse a cabo en el ámbito de transacciones empresariales o fuera de ellas. Además, dentro de las prácticas discriminatorias que tienen lugar en las transacciones comerciales es necesario distinguir entre aquellas que serán prohibidas y las que no lo serán bajo las condiciones establecidas en el Reglamento 2018/302.

Tal y como reconoce el Reglamento, en ocasiones los comerciantes establecen barreras territoriales para cumplir con la normativa de los diferentes Estados miembros o para facilitar la protección del consumidor conforme a las normas de Derecho internacional privado⁸. La creación de estas barreras puede reportar beneficios a las empresas como por ejemplo facilitar el cumplimiento de deberes u obligaciones establecidas mediante contratos con otros empresarios o consumidores, así como otros establecidos por las diferentes normativas estatales. Un ejemplo de esto sería un distribuidor de cigarrillos electrónicos que limita el acceso de sus productos o servicios a los clientes de un determinado Estado miembro por miedo a verse involucrado en un litigio en un Estado cuya normativa desconoce. El bloqueo geográfico, en este caso, le ayudaría a el empresario a tener un mayor control sobre los lugares a los que esta

⁷ Comunicado de prensa de la Comisión Europea. Discriminación en los precios de los hoteles. (asunto 40528), 2017.

⁸ Reglamento (UE) 2018/302, Op.cit., Considerando n.2.

dirigiendo su actividad comercial y le facilitaría el cumplimiento de la normativa de cada Estado miembro.

Existen prácticas que pueden ser denominadas bloqueo geográfico que van a estar permitidas por la nueva regulación comunitaria. Es por ello que el propio Reglamento en su considerando número 21 afirma que “las empresas pueden tener razones justificadas objetivamente para no realizar ventas transfronterizas como por ejemplo la necesidad de registrar con las autoridades tributarias del país de destino, mayores costes de envío o costes derivados de la aplicación de legislación extranjera de protección del consumidor, además de las mencionadas en el párrafo anterior”⁹. También, añade que “no pueden penalizarse por esta regulación de bloqueo geográfico injustificado las diferencias de trato a los consumidores que estén basadas en criterios objetivos ya que estas están justificadas por las barreras externas y costes adicionales que crean complicaciones para las empresas”¹⁰.

Sin embargo, este trabajo se centra en las prácticas denominadas como bloqueo geográfico injustificado las cuales si son prohibidas por el nuevo Reglamento de la Unión Europea. Arpio Santacruz define el bloqueo geográfico de forma amplia como “un conjunto prácticas comerciales dirigidas a impedir que determinados clientes, seleccionados con un criterio de localización geográfica, puedan acceder y/o comprar bienes o servicios ofrecidos a través de una interfaz en línea”¹¹ haciendo referencia exclusivamente a las prácticas que tienen lugar en el contexto de transacciones empresariales. El mismo, señala la importancia del término “selección de clientes” en base a su localización geográfica como elemento base a la hora de llevar a cabo prácticas discriminatorias. A pesar de que la regulación del bloqueo geográfico ha sido creada con el objetivo de proteger la libre circulación según alega el primer considerando del Reglamento, cabe pensar que tales prohibiciones también surgen de la exigencia de defender la libre competencia y proteger a los consumidores. En el artículo mencionado anteriormente, Arpio Santacruz concluye que las prácticas discriminatorias

⁹ Ibid., considerando n.21.

¹⁰ Ibid., pág. 5.

¹¹ Arpio Santacruz, J., “Fundamento y alcance de la regulación europea sobre el bloqueo geográfico injustificado y otras formas de discriminación”, en. *Revista de Derecho de la Competencia y de la Distribución*, editorial Wolters Kluwer, n. 22, enero-junio 2018. Pág. 3.

de bloqueo geográfico constituyen conductas que fragmentan el mercado y que por lo tanto distorsionan la competencia al apuntar que “la discriminación de consumidores basada en el deseo de segmentar el mercado interior en base a fronteras nacionales, y con el objetivo de incrementar beneficios a costa del detrimento de consumidores extranjeros”¹². Por lo tanto, cabe afirmar que estas prácticas, que no solo suponen una amenaza para la competencia dentro del mercado interior, sino que impiden que el mismo alcance su pleno potencial de crecimiento, entran en conflicto con el artículo 26 del TFUE¹³ que tiene como objeto crear un espacio sin fronteras en el que mercancías, personas, servicios y capitales circulen libremente. Por consiguiente, “la prohibición de las mismas puede ser justificada en base a garantizar el sistema de competencia no falseada de mercado interior ya que el sistema de libre competencia establecido en el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea se basa fundamentalmente, en la libertad de operadores de iniciar una actividad económica y desarrollarla conforme a sus propios criterios”¹⁴. Un claro ejemplo de esto es la última investigación abierta por la Comisión Europea a la cadena de Hoteles Meliá que estudia la posible anticompetitividad de algunas de las prácticas comerciales llevadas a cabo por la misma y la cual será analizada más adelante.

Por último, tal y como pone de manifiesto la Comisión y el Parlamento Europeo, estas prácticas comerciales surgen del impacto que ha tenido en las empresas y consumidores el rápido desarrollo del comercio electrónico en las últimas décadas¹⁵, de ahí la necesidad de crear normas adaptadas al contexto digital actual. Determinar qué prácticas deben ser entendidas como bloqueo geográfico es fundamental para que los participantes en el comercio transfronterizo dentro de la Unión Europea tengan garantizada la seguridad jurídica, la aplicación y el cumplimiento efectivo de normas contra la discriminación. Para ello, la Comisión Europea ha elaborado una lista no exhaustiva de las prácticas que pueden constituir un supuesto del mismo. Entre estas

¹² Arpio, 2018, Op.cit., pág. 7.

¹³ Art. 26 TFUE: 1. La Unión adoptará las medidas destinadas a establecer el mercado interior o a garantizar su funcionamiento, de conformidad con las disposiciones pertinentes de los Tratados. 2. El mercado interior implicará un espacio sin fronteras interiores, en el que la libre circulación de mercancías, personas, servicios y capitales estará garantizada de acuerdo con las disposiciones de los Tratados. 3. El Consejo, a propuesta de la Comisión, definirá las orientaciones y condiciones necesarias para asegurar un progreso equilibrado en el conjunto de los sectores considerados.

¹⁴ Arpio, 2018, Op.cit., pág. 8.

¹⁵ Informe de la Comisión, 10.5.2017, Op.cit., pág. 3.

prácticas encontramos: bloquear el acceso a páginas web de forma transfronteriza, negar la posibilidad de completar un pedido para comprar bienes o descargar contenido al acceder a una página web de un país diferente, negar la entrega o el envío transfronterizo, proveer diferentes precios y condiciones dependiendo de la nacionalidad, país de residencia o localización del consumidor¹⁶. A este respecto, el Reglamento de forma amplia establece que serán prohibidas las prácticas de bloqueo geográfico que estén injustificadas y las cuales sean discriminatorias por razón de la nacionalidad, del lugar de residencia o del lugar de establecimiento de los clientes¹⁷. Además, en el primer párrafo del preámbulo del reglamento se especifica que también serán consideradas como bloqueo geográfico aquellas prácticas en las que los comerciantes establezcan condiciones de acceso diferentes a sus productos y servicios tanto en línea como fuera de línea para clientes de otros estados miembros que deseen realizar transacciones transfronterizas. Esto no es sino la extensión del trabajo ya realizado por la Directiva 2006/123/CE¹⁸ la cual ya establecía que los Estados miembros deben procurar que los prestadores de servicios establecidos en la Unión no traten de manera diferente a los destinatarios de los servicios por razón de su nacionalidad o de su lugar de residencia. Sin embargo, la Directiva excluye una práctica incluida ahora por el Reglamento que consiste en la actuación llevada a cabo por un comerciante establecido en un tercer país, la cual también puede suponer bloqueo geográfico injustificado.

Por otra parte, con la nueva regulación se pretende hacer frente tanto a la discriminación directa como a la indirecta. En primer lugar, prohibiendo las prácticas que discriminen de forma directa por la nacionalidad, lugar de residencia o lugar de establecimiento y en segundo lugar, prohibiendo las prácticas que discriminen de forma indirecta basándose en información que indique la ubicación física de los clientes, como la dirección IP utilizada al acceder a una interfaz en línea, la dirección facilitada para la entrega de mercancías, la elección de lengua o el Estado miembro de emisión del instrumento de pago del cliente¹⁹. Por ello, Paredes Pérez apunta que “la prohibición de las mismas puede ser justificada en base a garantizar el sistema de competencia no

¹⁶ Véase el portal del Mercado único digital de la UE. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/policies/geoblocking>

¹⁷ Reglamento (UE) 2018/302, op.cit., pág. 1.

¹⁸ Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior.

¹⁹ Reglamento (UE) 2018/302, op.cit., preámbulo.

falseada de mercado interior ya que el sistema de libre competencia establecido en el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea se basa fundamentalmente, en la libertad de operadores de iniciar una actividad económica y desarrollarla conforme a sus propios criterios”²⁰.

Finalmente, cabe resaltar el impacto que esta regulación puede tener en su aplicación práctica ya que el Reglamento, y concretamente el artículo 4 del mismo, introducen grandes cambios para la normativa comunitaria.

²⁰ Paredes Pérez, J.I., “Medidas contra el bloqueo geográfico injustificado: El Reglamento (UE) 2018/30 y su incidencia sobre las normas europeas de Derecho internacional privado”, en. *Revista electrónica de estudios internacionales (REEI)* , Vol. 35 n. 10, 2018. Pág. 8.

4. Relevancia de la práctica de bloqueo geográfico en la Unión Europea²¹.

Nos encontramos en un nuevo contexto digital en el cual las nuevas tecnologías ya constituyen una parte principal del Mercado Único. Según estimaciones de la Comisión, los beneficios económicos del Mercado Único equivalen al 8,5% del Producto interior bruto de la Unión²². A la vista de estos datos parece indispensable hacer todo lo posible por eliminar aquellas prácticas que puedan suponer un obstáculo para el mercado interior, especialmente a la vista de la creciente digitalización de las empresas, las prácticas de bloqueo geográfico injustificado. No obstante, y a pesar del crecimiento experimentado en los últimos años, las transacciones realizadas en el mercado interior siguen siendo bajas teniendo en cuenta que en el espacio europeo habitan más de 512 millones²³ de personas. Por ello, establecer un mercado más dinámico para la prestación de servicios transfronterizos en la Unión supone un componente clave de la futura competitividad del comercio electrónico en la Unión.

Los datos sugieren que la eliminación de los obstáculos a la libre circulación de productos y servicios, pueden aportar considerables beneficios económicos a los consumidores y a las empresas y por lo tanto sería recomendable continuar esta labor. Concretamente, se ha calculado que la promoción de nuevas reformas para mejorar el funcionamiento del mercado único de productos manufacturados, que ya es un éxito en sí mismo, podría generar hasta 183 000 millones²⁴ de euros al año. La mayoría de las medidas de bloqueo geográfico relativas a los bienes de consumo proceden de la decisión empresarial unilateral de los minoristas de no realizar ventas transfronterizas. La Comisión Europea declara que al menos 40%²⁵ de las interfaces o páginas web no permiten a los clientes de otros Estados miembros comprar online, y más del 11%²⁶ de

²¹ Para el ajuste de los conceptos generales de este capítulo se ha utilizado la obra: Svantesson, D.J.B., “The Role of Geo-location Technologies”, en. *Solving the internet jurisdiction puzzle*. Oxford University Press, 2017. Además de las restantes citadas a pie de página y bibliografía.

²² Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones, “*El mercado único en un mundo en plena mutación. Un activo único que necesita un compromiso político renovado*”. Bruselas, 22.11.2018 COM(2018) 772 final. Pág. 1.

²³ Ibid, pág. 7.

²⁴ Ibid, pág. 16.

²⁵ Ibid, pág. 13.

²⁶ Informe de la Comisión, 10.5.2017, Op.cit., apartado 49.

los minoristas indicaron que tienen restricciones contractuales de ventas transfronterizas en al menos una de las categorías de productos en las que tienen actividad.

A la vista de los resultados de la investigación se puede afirmar que el bloqueo geográfico tiene gran importancia en la decisión de las empresas de establecer restricciones contractuales ya que el 38%²⁷ de los minoristas afirmaron recabar información sobre la ubicación de los clientes con objeto de aplicar medidas de bloqueo geográfico. Esto interfiere directamente con los esfuerzos de la Unión por crear un Mercado Digital Único con el objetivo de facilitar una mayor posibilidad de elección, precios más bajos y mejor protección para los consumidores y contradice el objetivo establecido en el artículo 26 TFUE de establecer un espacio sin fronteras en el que mercancías, personas, servicios y capitales circulen libremente.

La digitalización de las empresas, incluidas las industrias tradicionales, y las administraciones, ponen de manifiesto la necesidad de adaptar y actualizar las normas del mercado único para garantizar que la innovación y la difusión de las nuevas tecnologías que impulsen el crecimiento de la productividad²⁸. La Comisión está llevando a cabo esta tarea mediante iniciativas como la presentada en abril 2018 llamada “Plataformas de oportunidades para las empresas”²⁹ que pretende armonizar la normativa comunitaria, además de la reciente adopción del Plan de Acción 5G³⁰.

Los constantes cambios introducidos por las nuevas tecnologías en el mercado interior han tenido una gran incidencia en las prácticas utilizadas por las empresas para llevar a cabo su actividad económica y han repercutido enormemente en las actividades de distribución. Por ello, es necesario atender a los nuevos modelos empresariales y las prácticas que estos realizan en el nuevo contexto digital para proteger la Competencia y los Derechos de los consumidores dentro de la Unión Europea.

²⁷ Ibid, apartado 47.

²⁸ Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones, Bruselas, 22.11.2018, Op.cit., página 13.

²⁹ Informe del Parlamento Europeo sobre las plataformas en línea y el mercado único digital (2016/2276(INI)) http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2017-0204_ES.html#title1

³⁰ Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. La 5G para Europa: un plan de acción {SWD(2016) 306 final} <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016DC0588&from=es>

Una de las principales motivaciones perseguidas al regular las prácticas de bloqueo geográfico ha sido la necesidad de garantizar la integración de los mercados nacionales y la libre circulación en el mercado interior. En esta línea, el primer considerando de la Propuesta de Reglamento que la Comisión remitió al Parlamento Europeo y el Consejo afirmaba lo siguiente: “Para lograr el buen funcionamiento del mercado interior en tanto que espacio sin fronteras interiores en el que se garantice la libre circulación de bienes y servicios, entre otras cosas, no basta suprimir únicamente, como entre los Estados miembros, las barreras de origen estatal. Esa supresión puede verse socavada por obstáculos creados por particulares y que son incompatibles con las libertades del mercado interior”³¹.

Se plantea la cuestión de hasta qué punto es posible basar estas prohibiciones a la actividad empresarial en el principio de libre circulación más allá de las disposiciones de la libre competencia. Todo ello, teniendo en cuenta el papel central que ha desempeñado el principio de libertad de empresa en el proceso de integración económica. Las medidas de bloqueo geográfico basadas en decisiones unilaterales por parte de empresas no dominantes quedan fuera del ámbito de aplicación del artículo 101 del TFUE³², mientras que las medidas de bloqueo geográfico basadas en acuerdos o prácticas concertadas entre las distintas empresas pueden quedar dentro del ámbito de aplicación del artículo 101 del TFUE.

³¹ Reglamento (UE) 2018/302, op.cit., considerando n.5.

³² Art. 101 TFUE: 1. Serán incompatibles con el mercado interior y quedarán prohibidos todos los acuerdos entre empresas, las decisiones de asociaciones de empresas y las prácticas concertadas que puedan afectar al comercio entre los Estados miembros y que tengan por objeto o efecto impedir, restringir o falsear el juego de la competencia dentro del mercado interior y, en particular, los que consistan en: a) fijar directa o indirectamente los precios de compra o de venta u otras condiciones de transacción; b) limitar o controlar la producción, el mercado, el desarrollo técnico o las inversiones; c) repartirse los mercados o las fuentes de abastecimiento; d) aplicar a terceros contratantes condiciones desiguales para prestaciones equivalentes, que ocasionen a éstos una desventaja competitiva; e) subordinar la celebración de contratos a la aceptación, por los otros contratantes, de prestaciones suplementarias que, por su naturaleza o según los usos mercantiles, no guarden relación alguna con el objeto de dichos contratos. 2. Los acuerdos o decisiones prohibidos por el presente artículo serán nulos de pleno derecho. 3. No obstante, las disposiciones del apartado 1 podrán ser declaradas inaplicables a: - cualquier acuerdo o categoría de acuerdos entre empresas, - cualquier decisión o categoría de decisiones de asociaciones de empresas, - cualquier práctica concertada o categoría de prácticas concertadas, que contribuyan a mejorar la producción o la distribución de los productos o a fomentar el progreso técnico o económico, y reserven al mismo tiempo a los usuarios una participación equitativa en el beneficio resultante, y sin que: a) impongan a las empresas interesadas restricciones que no sean indispensables para alcanzar tales objetivos; b) ofrezcan a dichas empresas la posibilidad de eliminar la competencia respecto de una parte sustancial de los productos de que se trate.

En varias ocasiones los tribunales europeos han sostenido que los acuerdos o las prácticas concertadas que están dirigidos a compartimentar los mercados conforme a las fronteras nacionales o que dificultan la interpenetración de los mercados nacionales, en particular aquellos dirigidos a evitar o restringir las exportaciones paralelas, tienen por objeto la restricción de la competencia con arreglo a lo establecido en el artículo 101, apartado 1, del TFUE. La mayoría del bloqueo geográfico se lleva a cabo de forma unilateral. De ahí que pueda suscitar perplejidad que una prohibición general del bloqueo geográfico. Considerar estas prácticas injustificadas de bloqueo o redirección como ilícitas, responde a la necesidad de garantizar la libre competencia, al menos cuando son fruto de una decisión unilateral de una empresa que no es dominante.

En conclusión, los datos demuestran la importancia de tener una regulación que proteja adecuadamente la libre competencia, los Derechos de los consumidores y de las empresas. Por ello y ante las nuevas prácticas comerciales llevadas a cabo en el comercio interior es necesario hacer un análisis del nuevo Reglamento (UE) 2018/302 para ver si realmente la nueva regulación comunitaria cumple con su función protectora mencionada anteriormente.

5. Regulación de la UE en materia de bloqueo geográfico. Entrada en vigor del Reglamento (UE) 2018/302³³.

El Reglamento (UE) 2018/302 el cual modifica el Reglamento (CE) 2006/2004 y la Directiva 2009/22/CE introduce una prohibición de bloquear geográficamente y, o redireccionar de manera injustificada a sus clientes, además de otras formas de discriminación por razón de la nacionalidad, el lugar de residencia o de establecimiento del cliente. La creación de estas normas esta justificada por el artículo 114 del TFUE³⁴ que permite adoptar medidas de aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros, en materia de libre circulación de mercancías y de servicios, que tengan por objeto el establecimiento y el funcionamiento del mercado interior³⁵. En esta ocasión la Unión Europea se ha decantado por un Reglamento para garantizar un mayor grado de seguridad jurídica, uniformidad y claridad ya que este facilitara la aplicación uniforme y entrada en vigor al mismo tiempo de las normas de no discriminación.

El Reglamento alega que el Reglamento 2018/302 responde a exigencias de la libre circulación o defensa de la competencia. Sin embargo, autores como Arpio Santacruz³⁶ o Carel Maske³⁷ argumentan que la prohibición de bloquear geográficamente, o redireccionar de manera injustificada a clientes, además de otras formas de discriminación por razón de la nacionalidad, el lugar de residencia o de establecimiento del consumidor, responden a una determinada concepción del mercado interior en el que los destinatarios han de tener acceso a los bienes y servicios en igualdad de condiciones.

³³ Para el ajuste de los conceptos generales correspondientes a este capítulo he manejado las obras: Reyes López, M.J, Manual de derecho privado de consumo, (2ª ed), La ley, 2012; Thun und Hohenstein, R., Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo (Reglamento sobre RLL en materia de consumo) Bruselas, 21 de marzo de 2013. 2011/0374 (COD); Flores Rojas, M.L., “Are online consumers protected from geo-blocking practices within the European Union?”, en. International Journal of Law and Information Technology, Oxford University Press, Volumen 26, n. 2, pp. 119–141, 2018; Carbajo Cascón, F., Manual práctico de Derecho de la Competencia, Tirant lo Blanch, Valencia, 2017.

³⁴ Artículo 114.1 Tratado de Funcionamiento de la UE: “Salvo que los Tratados dispongan otra cosa, se aplicarán las disposiciones siguientes para la consecución de los objetivos enunciados en el artículo 26. El Parlamento Europeo y el Consejo, con arreglo al procedimiento legislativo ordinario y previa consulta al Comité Económico y Social, adoptarán las medidas relativas a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros que tengan por objeto el establecimiento y el funcionamiento del mercado interior”.

³⁵ Arpio, op.cit., 2018, pág 13.

³⁶ Arpio, op.cit., 2018.

³⁷ Carel Maske, “Competition Policy and the Digital Single Market in the Wake of Brexit: Is Geoblocking Always as Evil as Most Consumers Believe?”, en. *Journal of European Competition Law & Practice*, Vol. 7, n. 8, 15, pp. 509–510. August 2016.

Arpio Santa Cruz aclara que a pesar de que esta concepción del mercado interior no se refleja expresamente en los Tratados, la misma puede encontrar una explicación en los principios de no discriminación y de protección de los consumidores que se establecen en la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea³⁸ y en el TFUE. En esta misma línea doctrinal también se suma Jan D. Lüttringhaus el cual resalta la tendencia del Derecho Privado de la UE de evitar situaciones discriminatorias para los consumidores incluso cuando tales medidas interfieran con la autonomía de las partes para contratar³⁹.

Entrando a examinar las novedades introducidas por el Reglamento 2018/302 respecto a la regulación comunitaria anterior, una de las principales novedades la encontramos la prohibición de prácticas de bloqueo de forma unilateral y sin necesidad de ser llevada a cabo por empresas que se encuentren en posición dominante dentro del Mercado interior de la Unión Europea⁴⁰. Antes de que entrara en vigor el Reglamento 2018/302, el bloqueo geográfico podía ser considerado como una práctica ilícita si cumplía los requisitos de los artículos 101 o 102 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea tal y como he avanzado anteriormente. Estos artículos prohíben que las empresas que tengan una posición dominante en el mercado abusen de ella para influir en el comercio entre los Estados miembros. En concreto el artículo 101 prohíbe los acuerdos y prácticas concertadas, tanto verticales como horizontales, que afecten al comercio entre los Estados miembros y que tengan por objeto o efecto impedir, restringir o falsear el juego de la competencia en el mercado común. Sin embargo, conforme al apartado 3 del artículo 101 del TFUE, “los acuerdos que creen suficientes beneficios como para superar los efectos contrarios a la competencia estarán exentos de esta prohibición”. Esto supone por lo tanto una exención desarrollada por el Reglamento (UE) N° 330/2010⁴¹: aplicación del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea a

³⁸ Carta de los Derechos fundamentales de la Unión Europea.

³⁹ Jan D. Lüttringhaus, "Discrimination (Contract Law)" in Jürgen Basedow, Klaus Hopt and Reinhard Zimmermann (eds), *Max-Planck Encyclopedia of European Private Law*, Vol.I (Oxford: Oxford University Press, 2012), pp.475–478

⁴⁰ Reglamento (UE) 2018/302, op.cit., artículo 4.

⁴¹ Reglamento (UE) n° 330/2010 de la Comisión, de 20 de abril de 2010, relativo a la aplicación del artículo 101, apartado 3, del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas (Texto pertinente a efectos del EEE).

determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertada, que también ha sido un instrumento de notoria importancia para mantener la estructura del mercado⁴².

A la vista de estas disposiciones, podemos afirmar que la Unión Europea ya contaba con regulación aplicable a casos de bloqueo geográfico. Sin embargo, sus límites de aplicación hacían necesario nueva regulación más adaptada a nuevo contexto digital en el que nos encontramos. Esta transformación digital ha resultado en nuevos modelos empresariales, estrategias de distribución y comportamientos de los consumidores entre los cuales encontramos las prácticas de bloqueo geográfico.

A la luz de los resultados de la investigación sectorial sobre el comercio electrónico llevada a cabo por la Comisión Europea, podemos afirmar que las prácticas de bloqueo geográfico son llevadas a cabo en la gran mayoría de los casos de forma unilateral y por empresas que carecen de una posición dominante en el mercado interior. Concretamente la Comisión indica que al menos un 63% de las páginas web llevan a cabo estas prácticas de forma unilateral, y un 38% de las mismas son llevadas a cabo por minoristas que carecen de una posición dominante en el mercado interior de la UE.

Por ello, la primera limitación de aplicación encontrada en la regulación comunitaria previa al Reglamento de 2018 la presenta el art. 101 TFUE por su aplicación exclusiva a acuerdos o prácticas concertadas ya que actualmente la mayor parte de prácticas de bloqueo geográfico se llevan a cabo de forma unilateral. A pesar de que esta provisión contiene una lista de ejemplos de los acuerdos que pueden restringir la competencia, sin embargo, no se trata de una lista exhaustiva lo que implica la necesidad de examinar cada caso de forma individualizada y seguir las guías interpretativas de la Unión Europea.

⁴² En España el artículo 38 de la Constitución reconoce la libertad de empresa en el marco de una economía de mercado y la garantía y protección de la misma por los poderes públicos, de acuerdo con las exigencias de la economía en general y, en su caso, de la planificación. La Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia, es indispensable para conseguir proteger de manera adecuada la libertad de empresa. Además, también contamos la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) se encarga especialmente de defender y promover las mencionadas normativas para el buen funcionamiento de todos los mercados en interés de los consumidores y de empresas.

En segundo lugar, el artículo 102 del TFUE permite prohibir prácticas de bloqueo geográfico si se realiza en el abuso de posición dominante. Pero tal y como ya adelantaba al principio, hoy en día cada vez más empresas pequeñas realizan este tipo de prácticas en la red sin tener una posición dominante por lo que el ámbito de aplicación de este artículo resulta muy limitado para el contexto en el que nos encontramos hoy en día. El asunto 27/76, *United Brands*⁴³ nos ofrece una definición de posición dominante como “la posición de poder económico de una empresa que le permite obstaculizar el mantenimiento de una competencia efectiva en el mercado de referencia, al darle la posibilidad de actuar en buena medida independientemente de sus competidores, de sus clientes y en definitiva de los consumidores”⁴⁴. Esta prohibición resulta por lo tanto irrelevante en la mayoría de las prácticas de bloqueo geográfico ya que estas son llevadas a cabo por empresas que carecen de dicha posición en el mercado. En conclusión, los artículos 101 y 102 TFUE resultaban insuficientes para el contexto actual de comercio electrónico.

A la luz de los límites de aplicación de los artículos 101 y 102 del TFUE, la Unión Europea aprobó en 2006 la Directiva 2006/123/CE la cual introducía en su artículo 20⁴⁵ la prohibición del establecimiento de términos discriminatorios en las condiciones generales de acceso a servicios que estuvieran basadas en la nacionalidad o en el lugar de residencia del destinatario. Sin embargo, la armonización de la Directiva fue escasa. El Reglamento 2018/302 no es sino una ampliación y refuerzo de esta Directiva. En este sentido Paredes Pérez, califica el Reglamento 2018/302 como *lex specialis* “en la medida en que tiene por objeto clarificar la norma genérica prevista en el art. 20.2 de la Directiva 2006/123, mediante la definición de determinadas situaciones en las que no puede justificarse un trato diferente por razón de la nacionalidad, del lugar de residencia o del lugar de establecimiento en virtud de dicha disposición”⁴⁶, es decir, tiene la tarea de desarrollar supuestos de discriminación a los clientes por motivo de la nacionalidad y

⁴³ Sentencia del Tribunal de Justicia de 14 de febrero de 1978. *United Brands Company y United Brands Contintentaal BV contra Comisión de las Comunidades Europeas*.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:61976CJ0027&from=ES>

⁴⁴ STC *United Brands* de 14 de febrero de 1978, Op.cit. párr. 65.

⁴⁵ Artículo 20 Prohibición de discriminación 1. Los Estados miembros harán lo necesario para que el destinatario no se vea sujeto a requisitos discriminatorios basados en su nacionalidad o en su lugar de residencia. 2. Los Estados miembros harán lo necesario para que las condiciones generales de acceso a un servicio que el prestador ponga a disposición del público no contengan condiciones discriminatorias basadas en la nacionalidad o el lugar de residencia del destinatario, sin que ello menoscabe la posibilidad de establecer diferencias en las condiciones de acceso directamente justificadas por criterios objetivos.

⁴⁶ Paredes Pérez, J.I., 2018, Op.cit. pág. .4

la residencia. Sin embargo, es importante aclarar que de conformidad con el artículo 1.7 del Reglamento “*el artículo 20, apartado 2, de la Directiva 2006/123/CE se aplicará en la medida en que el presente Reglamento no establezca disposiciones más concretas*” por lo que tendrán preferencia de aplicación las disposiciones de la Directiva 2006/302 mientras que el Reglamento 2018/302 tendrá carácter supletorio. “Por lo tanto, como norma especial, las disposiciones del Reglamento 2018/302 se aplicarán en vez de la disposición genérica del art. 20.2 la Directiva 2006/123 cuando se trate de alguna de las situaciones comprendidas en su esfera de aplicación, en las que las diferencias de trato no pueden justificarse de forma objetiva”.⁴⁷

Respecto a los límites de aplicación del Reglamento 2018/302, cabe hacer una distinción entre aquellos relativos a su ámbito de aplicación territorial, personal o material.

En primer lugar, en cuanto a los límites de aplicación en el ámbito de aplicación territorial, existen diferencias entre el Reglamento 2018/302 y la Directiva 2006/123 ya que el Reglamento vincula a todos los supuestos que tengan lugar dentro del mercado interior, mientras que la Directiva se limita a vincular únicamente a los comerciantes establecidos dentro de un Estado miembro. Es decir, se aplicará también con independencia de que el comerciante esté establecido en un Estado miembro o un tercer país ya que se considera que los efectos de la discriminación serán los mismos para el Mercado Interior y los clientes. El motivo por el cual se extiende su aplicación a comerciantes de Estados terceros según Paredes Pérez ⁴⁸ “es garantizar que los comerciantes competidores en el mercado europeo estén sujetos a los mismos requisitos”. Además, él mismo apunta las tres situaciones en las que el Reglamento podrá ser de aplicación: en primer lugar, “cuando el comerciante establecido en la UE o en un tercer Estado venda bienes o preste servicios, o pretende hacerlo, en un Estado miembro distinto del Estado miembro en el que el cliente tiene lugar de residencia o el lugar de establecimiento”⁴⁹. En segundo lugar, “cuando el comerciante establecido en la UE o en un tercer estado vende bienes o presta servicios, o pretende hacerlo, en el mismo Estado miembro en el que el cliente tiene el lugar de residencia o el lugar de

⁴⁷ Directiva 2006/123, op.cit. artículo 20.

⁴⁸ Paredes Pérez, J.I, 2018, op.cit. pág. 7.

⁴⁹ Paredes Pérez, J.I, 2018, op.cit. pág. 8.

establecimiento. En tercer lugar, “cuando el comerciante establecido en la UE o en un tercer Estado vende bienes o presta servicios, o pretenda hacerlo, en un Estado miembro en el que el cliente se encuentra temporalmente sin residir ni tener el lugar de establecimiento en ese Estado miembro”⁵⁰.

En segundo lugar, respecto al ámbito de aplicación personal, el Reglamento es aplicable a aquellas prácticas llevadas a cabo por comerciantes que restrinjan o limiten el acceso de los clientes a los productos y servicios. Para entender la extensión de su ámbito de aplicación es necesario atender a las definiciones que nos proporciona el Reglamento de cliente y comerciante. En primer lugar, se debe considerar comerciante a “toda persona física o jurídica, ya sea privada o pública, que actúe, incluso a través de otra persona que actúe en su nombre o a su cargo, con fines relacionados con su actividad comercial, negocio, oficio o profesión”⁵¹, es decir, será aplicable a los consumidores y empresas que adquieran productos en calidad de usuarios finales en el marco de las condiciones generales de acceso⁵². En segundo lugar, encontramos la definición de cliente en el artículo 2, apartado 13 el cual incluye como tales, no sólo a los consumidores sino también a las empresas siempre que actúen en calidad de usuarios finales en el marco de las condiciones generales de acceso a productos y servicios: “Un consumidor que sea nacional de un Estado miembro o que tenga su lugar de residencia en un Estado miembro, o una empresa que tenga su lugar de establecimiento en un Estado miembro, y que recibe un servicio o adquiere un producto, o tiene intención de hacerlo, en la Unión, únicamente para su uso final”.

Además, es necesario hacer referencia a la aclaración hecha por el Reglamento en el considerando número 16 donde establece que su ámbito de aplicación no será extensivo “a los clientes que adquieren un producto o un servicio para la reventa, transformación, procesamiento, alquiler o subcontratación posteriores ya que ello afectaría a sistemas de distribución muy utilizados entre empresas en un contexto de empresa a empresa que a menudo son negociados de forma bilateral y directamente vinculados con las estrategias comerciales tanto en fases anteriores como posteriores”⁵³. Esta última inclusión ya se reflejaba en la Propuesta del Reglamento a pesar de que algunos autores mostraron su

⁵⁰ Paredes Pérez, J.I., 2018, op.cit. pág. 8.

⁵¹ Reglamento (UE) 2018/302, op.cit., artículo 2.18

⁵² Reglamento (UE) 2018/302, op.cit., considerando n.15.

⁵³ Reglamento (UE) 2018/302, op.cit., considerando n.16.

desacuerdo con tal redacción. Por el contrario, la ponente del Informe de la Comisión de Mercado Interior y Protección del Consumidor, Róza Grafin von Thun und Hohenstein proponía limitar el ámbito de aplicación solo a los consumidores con la excepción de aquellos que fuesen considerados consumidores en contratos de doble finalidad de una actividad comercial limitada⁵⁴. Sin embargo, finalmente el Consejo y el Parlamento Europeo acordaron no limitar la aplicación a los consumidores y lo extendieron también a las empresas que realizan transacciones comerciales en calidad de usuarios finales, excluyendo aquellos que las realizan con la finalidad de revender ya que podría afectar a sistemas de distribución como la distribución selectiva y exclusiva, que generalmente permite que los fabricantes seleccionen a sus minoristas siempre que cumplan con las normas de competencia. Esto se ve reflejado en el considerando número 16 del Reglamento donde dice que las microempresas y las pymes se encuentran en ocasiones en una posición parecida a la de los consumidores siendo necesario protegerles de las mismas discriminaciones por motivos relacionados con la nacionalidad, lugar de residencia o el lugar de establecimiento que sufren los clientes.

Por otra parte, cabe añadir que el Reglamento 2018/302 coincide con la Directiva 2006/123 en que ambos se aplican a prestadores de servicios. El artículo 1 del Reglamento define los “servicios prestados por vía electrónica” como aquellos “prestados a través de internet o de una red electrónica que, por su naturaleza, se presten de manera básicamente automatizada y con una intervención humana mínima, y sin que se puedan garantizar a falta de tecnología de la información”. Es necesario anotar que estos pueden estar prestados por personas físicas o jurídicas establecidas en un Estado miembro⁵⁵. En definitiva, el ámbito de aplicación personal ha sido ampliado por el Reglamento, aunque no de forma ilimitada ya que no se extiende la protección a los consumidores que se encuentren en Estados terceros, aunque se vean discriminados por empresas domiciliadas en la Unión Europea.

⁵⁴ Maria Thun, Róza. Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo (Reglamento sobre RLL en materia de consumo) Bruselas, 21 de marzo de 2013. 2011/0374 (COD). Párr. 13.

⁵⁵ A efectos de ser considerados personas jurídicas, estos tendrán que serlo de conformidad con el art. 54 TFUE : “Las sociedades constituidas de conformidad con la legislación de un Estado miembro y cuya sede social, administración central o centro de actividad principal se encuentre dentro de la Unión quedarán equiparadas, a efectos de aplicación de las disposiciones del presente capítulo, a las personas físicas nacionales de los Estados miembros. Por sociedades se entiende las sociedades de Derecho civil o mercantil, incluso las sociedades cooperativas, y las demás personas jurídicas de Derecho público o privado, con excepción de las que no persigan un fin lucrativo”.

En tercer lugar, al examinar su ámbito de aplicación material y sus limitaciones observamos que el Reglamento 2018/302 coincide en este aspecto con la Directiva 2006/123 ya que el primero debe aplicarse a “los servicios prestados por vía electrónica no audiovisuales cuya característica principal sea el suministro de acceso a obras protegidas por derechos de autor o a otras prestaciones protegidas y la utilización de esas obras o prestaciones”. Esta primera exclusión supone dejar fuera a todos los contenidos audiovisuales como, por ejemplo, e-books, servicios de streaming como Netflix, o plataformas de streaming de música como Spotify. Además, también supone la exclusión de los servicios de interés general no económicos, los servicios de transporte, los servicios financieros al por menor, incluidos los servicios de pago, los servicios audiovisuales, las actividades de juego, los servicios sanitarios, los servicios de seguridad privada y algunos servicios sociales⁵⁶.

En la propuesta de la Comisión se alega a un motivo de coherencia entre ambas regulaciones al limitar su ámbito de aplicación a servicios no audiovisuales prestados por vía electrónica cuya característica principal sea proporcionar acceso a obras protegidas por Derechos de autor o a otras prestaciones protegidas, a reserva de la exclusión concreta y la posterior evaluación de dicha exclusión según lo previsto en el presente Reglamento⁵⁷. En mi opinión, la Unión Europea debería extender su ámbito de aplicación a servicios audiovisuales en el momento de evaluación del Reglamento que se prevé en el preámbulo del mismo. Esta inclusión no tiene porque ser contradictoria a la normativa comunitaria de la competencia ni a la regulación de Derechos de autor ya que de la misma forma que se permite el bloqueo de contenido no audiovisual cuando esté justificado por causas objetivas, se puede permitir este bloqueo cuando esté protegido por Derechos de autor en algún Estado miembro. En definitiva, aunque el ámbito de aplicación material, de nuevo resulta más amplio en el Reglamento que la Directiva, el primero sigue sin proteger de forma absoluta todos los supuestos de discriminación. El Reglamento se limita a fomentar la unificación de los mercados nacionales y a la protección de los Derechos de los consumidores únicamente dentro de la Unión Europea ya que las prohibiciones establecidas solo se aplican a los clientes establecidos en los diferentes Estados Miembros o para aquellos que temporalmente residen en un Estado Miembro. Aquellos clientes establecidos fuera de la Unión

⁵⁶ Paredes Pérez, J.I., 2018, op.cit., página 7.

⁵⁷ Van Cleynenbreugel, P. op.cit., pág. 49.

Europea que son bloqueados geográficamente por empresas de algún Estado miembro no pueden verse protegidos por esta Regulación⁵⁸.

Pasando ya a un análisis de las prácticas prohibidas por el Reglamento, podemos agrupar las prohibiciones recogidas en el Reglamento 2018/302 en varias divisiones. Por un lado podemos distinguir entre las prohibiciones de discriminación directa o indirecta. Y simultáneamente podemos dividir estas prácticas ilícitas en tres grupos: las que limitan el acceso a interfaces en línea, las que limitan el acceso a productos o servicios en línea y las que discriminan a los consumidores por motivos relacionados con el pago.

Respecto a la prohibición de discriminar directa o indirectamente se pronuncia Van Cleynenbreugel⁵⁹, e indica que se puede calificar como discriminaciones directas aquellas prácticas que aplican un criterio de discriminación basado en la nacionalidad, la residencia o el lugar de establecimiento, ofreciendo un trato diferente a situaciones idénticas, o un tratamiento similar a situaciones diferentes. No obstante, existen otras prácticas que resultan discriminatorias para el cliente sin ser necesariamente directas. Por ello el reglamento incluye la prohibición en segundo lugar las prácticas discriminatorias o diferencias de trato indirectas ya que estas no siempre se establecen de forma directa basándose en la nacionalidad o las residencia, sino que indirectamente, mediante factores sustitutivos se pueden producir efectos de discriminación equivalentes. Esto puede ocurrir, por ejemplo, cuando el comerciante se basa en información de la cual se pueda derivar la ubicación física de los clientes, que se asemejan a la residencia o el lugar de establecimiento, como la dirección de IP utilizada para acceder a una interfaz en línea, la dirección facilitada para la entrega de mercancías, la elección del idioma o el Estado miembro de emisión del instrumento de pago del cliente. En ambos casos el factor determinante en este tipo de discriminaciones es el resultado perjudicial ocasionado a los clientes⁶⁰.

En cualquier caso, para que las prohibiciones del Reglamento 2018/302 sean de aplicación, los clientes deben de estar sometidos a discriminaciones que no sean

⁵⁸ Reglamento (UE) 2018/302, op.cit., considerando n. 4.

⁵⁹ Van Cleynenbreugel, P. op.cit., pág. 41.

⁶⁰ Paredes Pérez, J.I, 2018, op.cit., pág. 9.

justificables objetivamente y que sean situaciones similares. Así lo ha venido manteniendo el TJUE en el marco de la libre circulación de servicios que establece que “los motivos de carácter económico no constituyen razones de orden público en el sentido del art. 52 TUE capaces de justificar una restricción a una libertad fundamental garantizada por el TUE”⁶¹, y en esos mismos términos se consagra en el art. 20.2 de la Directiva 2006/123 estableciendo la obligación a los prestadores de servicios por razón de su nacionalidad o de su lugar de residencia, a menos que existan razones objetivas que justifiquen las diferencias en la forma en que los comerciantes tratan a los clientes.

Pasando al análisis de las discriminaciones injustificadas, se pueden apreciar tres divisiones entre las prohibiciones contenidas en el presente Reglamento. En primer lugar, prohíbe aquellas prácticas que limiten el acceso a interfaces en línea. Estas prácticas serán consideradas ilícitas si están basadas en motivos relacionados con la nacionalidad, el lugar de residencia o el lugar de establecimiento del cliente. Por lo tanto, los comerciantes no van a poder limitar, impedir o redirigir el acceso del consumidor a otra página web o interfaz distinta a la que el cliente pretendía acceder. Este artículo, pretende darle al cliente la posibilidad de elegir a qué interfaz quiere acceder sin que el comerciante pueda obligarle a ser redirigido a otra página web sin su consentimiento expreso⁶². Por ello, aunque el cliente puede ser redirigido debe de tener la posibilidad de acceder a la interfaz a la cual solicitó originalmente acceso. Esto no impide que el comerciante pueda guardar el historial de preferencias de acceso del cliente pudiendo redirigirle automáticamente a otra interfaz si el cliente ha prestado consentimiento expreso en alguna ocasión anterior siempre y cuando mantenga abierta la posibilidad de acceder al sitio original. Un ejemplo de esto puede ser un cliente nacional español que pretende acceder a la página web de un periódico online en Francia y es automáticamente redireccionado a la página web de España cuando intenta acceder a la web desde Zaragoza.

En segundo lugar, el Reglamento prohíbe aquellas prácticas que limiten el acceso a producto y servicios en línea. Este tipo de prácticas están reguladas en el artículo 4 será

⁶¹ TUE, op.cit., art. 52.

⁶² Reglamento (UE) 2018/302, op.cit., considerando n. 20 y 21.

analizado en profundidad en la siguiente sección de este trabajo. Considero que este es uno de los artículos más relevantes del Reglamento ya que la mayor parte de prácticas de bloqueo geográfico se llevan a cabo limitando, restringiendo o redireccionando el acceso a productos y servicios. Este artículo establece que “los comerciantes no podrán aplicar condiciones generales de acceso diferentes a sus productos o servicios por motivos relacionados con la nacionalidad, el lugar de residencia o el lugar de establecimiento del cliente cuando este quiera: a) comprar productos que se entreguen en un Estado Miembro donde el comerciante ofrezca servicios de entrega en el marco de las condiciones generales de acceso, o bien estos productos se recojan en algún lugar acordado entre el comerciante y el cliente (siempre que el comerciante ofrezca esta posibilidad), b) recibir servicios que se presten por vía electrónica cuya característica principal no sea proporcionar acceso a obras sujetas a derechos de autor o a otras prestaciones protegidas (incluida la venta de obras protegidas por derechos de autor y otras prestaciones protegidas que no tengan soporte material) y permitir su utilización; c) recibir de un comerciante servicios, que no sean servicios que se prestan por vía electrónica, en un lugar físico en el territorio del Estado Miembro en el que el comerciante ejerza su actividad. Esto no debe entenderse como una limitación para el comerciante de ofrecer ofertas distintas, condiciones generales de acceso o precios distintos en determinados territorios siempre y cuando no sea considerado como una práctica discriminatoria. Tampoco implica que el empresario tenga que cumplir con los requisitos legales no contractuales del Estado miembro donde reside el cliente y al cual no pretendía dirigir su actividad comercial.

En tercer lugar, prohíbe aquellas prácticas que discriminen por motivos relacionados con el pago. El Reglamento prohíbe la aplicación de condiciones diferentes en los medios de pago siempre y cuando estén basadas en la nacionalidad, el lugar de residencia o establecimiento del cliente. Estos primeros motivos podrían ser calificados como motivos de discriminación directa. Sin embargo, también se prohíben estas prácticas cuando la discriminación se produzca de manera indirecta es decir teniendo en cuenta la ubicación de la cuenta de pago, el lugar de establecimiento del proveedor de servicios de pago o el lugar de emisión del instrumento de pago. Estas segundas prácticas son prohibidas porque sin utilizar directamente como criterio de discriminación la nacionalidad del cliente, su lugar de residencia o establecimiento, utilizan datos que les permite conocer la localización del consumidor teniendo los

mismos efectos discriminatorios que tendría la discriminación directa. Además, el reglamento establece una serie de requisitos que deben cumplirse para que estas prácticas sean consideradas como discriminatorias a) que la operación de pago se efectúe mediante una transacción electrónica de transferencia, adeudo domiciliado o instrumento de pago basado en una tarjeta dentro de la misma marca y categoría de pago; b) que se cumplan los requisitos de la Unión de autenticación de pago; y por último c) que la transacción se efectúe en una divisa que el comerciante acepte.

Por último, es necesario hacer referencia a algunos de los considerandos del Reglamento que introducen aclaraciones especialmente relevantes para la aplicación del mismo. Tal y como ya adelantaba anteriormente es necesario que el cliente otorgue consentimiento expreso para que pueda ser redireccionado por el comerciante a otra página web o interfaz distinta aquella a la que intento acceder originalmente el comerciante. Esta obligación se debe a que los comerciantes en numerosas ocasiones utilizan varias versiones de sus páginas web que están destinadas a diferentes Estados miembros. Esto se debe en muchas ocasiones a estrategias de diferenciación las cuales van a seguir estando permitidas siempre y cuando no se dirija al cliente a otra interfaz sin su consentimiento expreso. A pesar de que Arpio Santacruz⁶³ considera que esta nueva regulación va a limitar la capacidad de los comerciantes de llevar a cabo estrategias diferenciadoras, yo considero que no existe una relación causal entre la prohibición de redirigir al cliente sin su consentimiento expreso a otra interfaz y la limitación de llevar a cabo estrategias diferenciadoras. Ya que siempre y cuando se mantenga abierta la posibilidad de acceder a todas las diferentes interfaces que posee el comerciante se van a poder seguir llevando a cabo estrategias diferenciadoras.

El mismo considerando también aclara que “el hecho de facilitar información y asistencia a los consumidores tras la celebración del contrato conforme a las obligaciones contenidas en este contrato tampoco deben entenderse como una intención por parte del comerciante de dirigir sus actividades al Estado miembro en el que el consumidor tiene su domicilio o residencia habitual”. El hecho de considerar que un comerciante dirige sus actividades comerciales a un determinado Estado miembro puede tener considerables efectos a la hora de determinar la competencia judicial

⁶³ Arpio, op.cit., 2018, pág 10.

internacional tal y como ocurre en el caso Emrek⁶⁴ el cual será analizado más detenidamente en análisis del artículo 4.

Otro considerando a tener en cuenta es el 28 que aclara que los comerciantes no tienen la obligación de entregar sus productos a otros Estados miembros a los que no pretendían dirigir su actividad comercial y que tampoco deben de soportar los gastos de transporte o franqueo si no ofrecían sus productos en ese país.

En conclusión, se trata de una regulación que continúa la labor comenzada por el artículo 20 de la Directiva 2006/123 con la diferencia de que éste, al ser un Reglamento, es de aplicación directa y por lo tanto supondrá una aplicación más homogénea dentro de toda la Unión Europea. Por otra parte, esta *lex specialis*, amplía considerablemente el ámbito de aplicación material de las prohibiciones de bloqueo geográfico injustificado al ser aplicable a casos en los que las empresas lleven a cabo prácticas discriminatorias de forma unilateral y sin necesidad de tener una posición dominante en el mercado al contrario que los mencionados artículos 101 y 102 del TFUE. Además, la decisión de incluir a las empresas como posibles consumidores si adquieren los servicios o productos para uso final podría favorecer a un aumento de la actividad transfronteriza al verse protegidos por regulación comunitaria ante posibles prácticas de bloqueo geográfico. Sin embargo, considero que el Reglamento tienen grandes limitaciones a la hora de ser aplicado. Por un lado, el Reglamento deja fuera de su ámbito de aplicación material a los servicios audiovisuales, los cuales suponen gran parte de las transacciones comerciales transfronterizas dentro del mercado interior. Por otro lado, el Reglamento solo es aplicable a consumidores dentro de la Unión Europea de manera que sigue siendo posible, para las empresas domiciliadas dentro de la Unión, el llevar a cabo bloqueo geográfico injustificado con clientes que se encuentran en Estados terceros.

⁶⁴ Caso Emrek. Sentencia del Tribunal de Justicia (Sala Tercera) de 17 de octubre de 2013. <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?docid=143184&doclang=ES>

6. Análisis del artículo 4 del Reglamento (UE) 2018/302.

Como ya venía comentando anteriormente, el Reglamento prohíbe las diferencias de trato entre los consumidores mediante la imposición de condiciones generales de acceso, como por ejemplo la negación de vender o prestar determinados bienes o servicios por motivos basados en la nacionalidad, lugar de residencia o lugar de establecimiento. Estas discriminaciones son consideradas ilícitas cuando no se pueden justificar objetivamente⁶⁵. De esta forma, se pretende garantizar el acceso a los consumidores a los productos y servicios ofrecidos además de la igualdad de condiciones con otros clientes de diferente nacionalidad, lugar de residencia o establecimiento. En esta sección analizaré el artículo 4 del Reglamento el cual regula las condiciones generales de acceso a productos y servicios.

El artículo 4 se titula “acceso a productos y servicios”, y prohíbe a los comerciantes aplicar condiciones generales de acceso diferentes a sus productos o servicios por motivos relacionados con la nacionalidad, el lugar de residencia o el lugar de establecimiento del cliente. *“1. Un comerciante no aplicará condiciones generales de acceso diferentes a sus productos o servicios por motivos relacionados con la nacionalidad o con el lugar de residencia o de establecimiento del cliente, cuando el cliente tenga intención de: a) comprar de un comerciante productos, y estos o bien se entreguen en un lugar de un Estado miembro en el que el comerciante ofrece servicios de entrega en el marco de las condiciones generales de acceso, o bien esos productos se recojan en un lugar acordado entre el comerciante y el cliente en un Estado miembro en que el comerciante ofrece tal opción en el marco de las condiciones generales de acceso; b) recibir de un comerciante servicios que se prestan por vía electrónica, que no sean servicios cuya característica principal sea proporcionar acceso a obras protegidas por derechos de autor o a otras prestaciones protegidas, y permitir su utilización, incluida la venta de obras protegidas por derechos de autor y prestaciones protegidas que no tengan soporte material; c) recibir de un comerciante servicios, que no sean servicios que se prestan por vía electrónica, en un lugar físico en el territorio del Estado miembro en el que el comerciante ejerza su actividad.*

2. La prohibición establecida en el apartado 1 no impedirá a los comerciantes ofrecer condiciones generales de acceso, entre las que se incluye el precio neto de venta, que difieran entre Estados miembros o dentro de un Estado miembro y que se ofrezcan a los clientes de un determinado territorio o a grupos específicos de clientes de forma no discriminatoria.

3. La mera observancia de la prohibición establecida en el apartado 1 no implicará por sí misma que el comerciante esté sujeto a una obligación de cumplir los requisitos legales nacionales no

⁶⁵ Reglamento (UE) 2018/302, op.cit., considerando n.1.

contractuales relacionados con los productos y servicios respectivos del Estado miembro del cliente o de que informe a los clientes sobre esos requisitos.

4. La prohibición establecida en el apartado 1, letra b), no se aplicará a los comerciantes que estén exentos del IVA en virtud de lo dispuesto en el título XII, capítulo 1, de la Directiva 2006/112/CE.

5. La prohibición prevista en el apartado 1 no se aplicará en la medida en que una disposición específica establecida en el Derecho de la Unión, o en la legislación de los Estados miembros de conformidad con el Derecho de la Unión, impida que el comerciante venda productos o preste servicios a determinados clientes o a clientes situados en determinados territorios. Con respecto a las ventas de libros, la prohibición establecida en el apartado 1 no impedirá que los comerciantes apliquen precios diferentes a clientes en determinados territorios en la medida en que estén obligados a hacerlo en virtud de la legislación de los Estados miembros de conformidad con el Derecho de la Unión.”

Para comprender el alcance de la presente disposición es necesario analizar lo que el Reglamento entiende por comerciante y cliente. En primer lugar, en el apartado 18 del artículo 2 del Reglamento se define como comerciante a *“toda persona física o jurídica, ya sea privada o pública, que actúe, incluso a través de otra persona que actúe en su nombre o a su cargo, con fines relacionados con su actividad comercial, negocio, oficio o profesión”*. El artículo 4 del Reglamento se aplicará por lo tanto a todos los supuestos en los que las prácticas discriminatorias sean llevadas a cabo por personas físicas o jurídicas que tengan fines relacionados con su actividad comercial de la misma forma que el artículo 20⁶⁶ artículo 20 de la Directiva 2006/123 se aplicaba a los prestadores de servicios independientemente de si se trataba de personas físicas o jurídicas. En segundo lugar, el apartado 13 del artículo 2 del Reglamento define como cliente a *“un consumidor que sea nacional de un Estado miembro o que tenga su lugar de residencia en un Estado miembro, o una empresa que tenga su lugar de establecimiento en un Estado miembro, y que recibe un servicio o adquiere un producto, o tiene intención de hacerlo, en la Unión Europea, únicamente para su uso final”*.

En este caso podríamos concluir que el Reglamento mantiene un ámbito de aplicación personal similar que la Directiva ya que permite que las empresas puedan ser consideradas clientes siempre y cuando los productos o servicios que adquieren sean

⁶⁶ Artículo 20 Directiva 2006/123: 1. Los Estados miembros harán lo necesario para que el destinatario no se vea sujeto a requisitos discriminatorios basados en su nacionalidad o en su lugar de residencia 2. Los Estados miembros harán lo necesario para que las condiciones generales de acceso a un servicio que el prestador ponga a disposición del público no contengan condiciones discriminatorias basadas en la nacionalidad o el lugar de residencia del destinatario, sin que ello menoscabe la posibilidad de establecer diferencias en las condiciones de acceso directamente justificadas por criterios objetivos.

destinados a su uso final. No obstante el Reglamento añade como posibles consumidores aquellos que tengan su lugar de residencia o establecimiento en un Estado miembro donde adquieran o quieran adquirir productos o servicios para su uso final, no limitándose por lo tanto a considerar como consumidores a efectos de esta normativa a aquellos que sean nacionales de tal Estado miembro.

A pesar de que no hay grandes diferencias entre ambas normativas respecto a su ámbito de aplicación personal es necesario apuntar que tal y como comenta Paredes Pérez⁶⁷ su ámbito de aplicación territorial no es el mismo ya que “la obligación de no discriminación prevista en el art. 20.2 de la Directiva 2006/123 vincula solamente a los comerciantes establecidos en un Estado miembro, pues el objetivo de esta Directiva es crear un marco jurídico que garantice la libertad de establecimiento y de circulación de servicios entre Estados miembros” mientras que, como concluir tras la observancia de las definiciones anteriormente analizadas, el artículo 4 del Reglamento se limita a aquellas situaciones en las que resultan afectados los consumidores dentro del mercado interior de la Unión Europea.

En tercer lugar, antes de analizar las prácticas prohibidas por el artículo 4 debemos acudir al apartado 14 del artículo 2 donde se define qué debe entenderse por condiciones generales de acceso a efectos de este reglamento: *“todas las condiciones y otros datos, como los precios netos de venta, que regulen el acceso de los clientes a los productos o servicios ofrecidos a la venta por un comerciante, que se establezcan, se apliquen y se pongan a disposición del público en general por parte del comerciante o en su nombre y que se apliquen a falta de un acuerdo negociado individualmente entre el comerciante y el cliente”*. Al contrario que el artículo 20 de la Directiva 2006/123 que tal y como ya apunta Arpio Santacruz⁶⁸ “utiliza de forma confusa la expresión “condiciones de acceso a un servicio” para referirse a las cláusulas y términos que afectan tanto a servicios como productos”. El Reglamento precisa de forma clara que el mismo es de aplicación tanto a productos como a servicios y que tales cláusulas son cláusulas no negociadas individualmente. En este sentido el artículo 4 del Reglamento

⁶⁷ Paredes Pérez, J.I., 2018, op.cit., pág 12.

⁶⁸ Arpio, op.cit., 2018, pág. 6.

coincide con las condiciones generales del artículo 1 de la LCGC⁶⁹ ya que estas se definen en el mismo como “cláusulas predispuestas cuya incorporación al contrato es impuesta por una de las partes, con independencia de la autoría material de las mismas, de su apariencia externa y de su extensión y de cualesquiera otras circunstancias, habiendo sido redactadas con la finalidad de ser incorporadas a una pluralidad de contratos”. Como podemos apreciar, de su redacción se desprende en ambos casos que es necesaria la predisposición de las cláusulas y su incorporación a una pluralidad de contratos. Esto significa que el contenido de esas cláusulas es impuesto por el empresario a los consumidores en una pluralidad de contratos sin que el comerciante haya tenido que redactar las cláusulas.

Pasando a analizar las prácticas discriminatorias prohibidas por el Reglamento podemos observar que el artículo 4 divide las mismas en tres situaciones diferentes. En primer lugar, se prohíbe al comerciante establecer condiciones generales de acceso diferentes por motivos relacionados con la nacionalidad o con el lugar de residencia o de establecimiento del cliente, a aquellos que quieran comprar productos de un comerciante que se entreguen en un Estado miembro en el que el comerciante ofrece realizar las entregas según las condiciones generales de acceso del comerciante, o cuando los productos se recogen en un lugar acordado entre el comerciante y el cliente en un Estado miembro en el que el comerciante ofrece tal opción con arreglo a esas condiciones generales de acceso. En este caso el cliente debe poder adquirir tales productos exactamente en las mismas condiciones (incluidos el precio y las condiciones de su entrega) que aquellas ofrecidas a clientes que sean residentes o estén establecidos en el Estado miembro en el que se efectúa la entrega de los productos o tenga lugar su recogida. Tal y como indica el considerando 23, esto puede suponer que los clientes extranjeros tengan que recoger los productos en ese Estado miembro o en uno miembro diferente de aquel en el que el comerciante realiza las entregas. Aunque tal y como apunta Paredes Pérez⁷⁰ “nada impide que la entrega corra finalmente a cargo del comerciante repercutiendo en el precio final del producto, en cuyo caso estarían justificadas las diferencias de precio para la misma transacción comercial. Por otra

⁶⁹ Art. 1 LCGC: 1. Son condiciones generales de la contratación las cláusulas predispuestas cuya incorporación al contrato sea impuesta por una de las partes, con independencia de la autoría material de las mismas, de su apariencia externa, de su extensión y de cualesquiera otras circunstancias, habiendo sido redactadas con la finalidad de ser incorporadas a una pluralidad de contratos.

⁷⁰ Paredes Pérez, J.I., 2018, op.cit., pág. 11.

parte, puede suponer la necesidad por parte del cliente de organizar, por sus propios medios, la entrega transfronteriza de los productos.

Un ejemplo de esta situación sería un cliente español que desea comprar una camiseta de una página web belga. El cliente podrá pedir el bien e irlo a buscar a los puntos de recogida del comerciante. Alternativamente, el cliente podrá buscar por su cuenta alguna forma de envío que le permita recibir la camiseta en España. En tal caso, las condiciones generales de acceso para el cliente español deben ser exactamente las mismas que las ofrecidas al cliente del Estado miembro donde la empresa lleva a cabo su actividad, en este caso Bélgica.

En segundo lugar, se prohíbe al comerciante establecer condiciones generales de acceso diferentes cuando el cliente quiere recibir del primero servicios que presta por vía electrónica. Además, tales servicios no deben de tener como característica principal “proporcionar acceso a obras protegidas por derechos de autor o a otras prestaciones protegidas, y permitir su utilización, incluida la venta de obras protegidas por derechos de autor y prestaciones protegidas que no tengan soporte material”⁷¹. Tal y como apunta Arpio Santacruz no es necesario que exista ninguna entrega física como en la primera situación ya que en este caso se trata de servicios que se prestan por vía electrónica. “Los servicios prestados por vía electrónica incluyen, por ejemplo, los servicios en nube, los servicios de almacén de datos, el alojamiento de sitios web y los cortafuegos, el uso de motores de búsqueda y directorios de internet”⁷². Al contrario que el primer caso, este no requiere entrega física ya que se trata de servicios que se prestan por vía electrónica como por ejemplo servicios de cloud, también conocidos como servicios en la nube. Es necesario tener en cuenta que tal y como apunta el considerando 24 “esta prohibición incluye servicios de almacén de datos, el alojamiento de sitios web y cortafuegos, el uso de motores de búsqueda y directorios de internet”.

Un ejemplo de este caso es un cliente italiano que compra un billete de avión en una página web sueca. En esta situación el cliente italiano debe tener derecho a acceder a

⁷¹ Reglamento (UE) 2018/302, op.cit., considerando 8.

⁷² Arpio, op.cit., 2018, pág 16.

este billete en igualdad de condiciones como por ejemplo, de forma de pago o precio del billete que el cliente sueco.

En tercer y último lugar, un comerciante presta unos servicios que el cliente recibe en un lugar físico, como los locales del comerciante o en otro lugar donde el comerciante ofrece prestar sus servicios dentro del territorio en el que ejerce su actividad. En este caso tampoco estaría justificada la aplicación de condiciones generales de acceso diferentes por motivos relacionados con la nacionalidad, el lugar de residencia o el lugar de establecimiento del cliente. Esas situaciones están enfocadas a servicios distintos de los prestados por vía electrónica. De acuerdo con el considerando 25, “estas situaciones tienen por objeto la prestación de servicios, distintos de los servicios prestados por vía electrónica, como el alojamiento de hoteles, los acontecimientos deportivos, el alquiler de vehículos y las entradas para festivales de música o parques de atracciones”. Además, añade que la prohibición de no discriminación “no impedirá que los comerciantes puedan ofrecer productos o servicios en diferentes Estados miembros o dentro de un mismo Estado miembro, a determinados grupos de clientes, mediante ofertas específicas y condiciones generales de acceso diferentes, incluyendo la creación de interfaces en la línea adaptadas a diferentes países, siempre que estas no estén definidas en base a la nacionalidad, la residencia o el lugar de establecimiento. Esto es contrario a la idea del profesor Arpio de que esta regulación “va a hacer más difícil que las empresas puedan llevar a la práctica medidas diferenciadoras, aunque se encuentren justificadas por causas objetivas”.

Un ejemplo de esto sería un cliente portugués que contrata en el mismo establecimiento físico, una visita guiada por el Museo del Prado en Madrid en igualdad de condiciones que un visitante español. Sin embargo, tal y como se aclara en el Reglamento esto no debe entenderse como una limitación al Museo de establecer ofertas especiales para portugueses siempre y cuando no supongan una discriminación injustificada. Esto es reflejado en el considerando 29 que establece que “la mera observancia de las prohibiciones de no discriminación, anteriormente vistas no implica por sí misma que el comerciante esté sujeto a una obligación de cumplir los requisitos legales nacionales no contractuales relacionados con los productos y servicios respectivos del Estado miembro del o de que informe a los clientes sobre estos requisitos”. De forma no menos importante, el considerando número 13 aclara que el

mero hecho de que un comerciante cumpla el presente Reglamento no debe derivarse que un comerciante dirige sus actividades al Estado miembro del consumidor.

Finalmente, de manera común a todas las prácticas prohibidas por el artículo 4 resulta esencial determinar si se trata de un contrato celebrado por un consumidor para que esté bajo la protección del Derecho internacional privado especialmente del Reglamento Bruselas I Bis el cual en su artículo 17 regula la competencia en materia de contratos celebrados por los consumidores.

En relación a los supuestos que entran dentro del ámbito de aplicación de la sección 4 del Reglamento de Bruselas I Bis que regula la competencia en materia de contratos celebrados por los consumidores, se han planteado varias cuestiones prejudiciales entre las cuales se encuentra la del Caso Emrek⁷³. En este litigio el tribunal planteó una cuestión prejudicial al Tribunal de Justicia de la Unión Europea determinar cuales son las actividades comerciales dirigidas a un país concreto ya que el art.17.1 c) determina que: *“En materia de contratos celebrados por una persona, el consumidor, para un uso que pueda considerarse ajeno a su actividad profesional, la competencia quedará determinada por la presente sección, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 6 y en el artículo 7, punto 5: c) en todos los demás casos, cuando la otra parte contratante ejerza actividades comerciales o profesionales en el Estado miembro del domicilio del consumidor o, por cualquier medio, dirija tales actividades a dicho Estado miembro o a varios Estados miembros, incluido este último, y el contrato esté comprendido en el marco de dichas actividades”* y por lo tanto en el caso de que se determinara que el comerciante estaba dirigiendo actividades comerciales al estado miembro del demandante, éste hubiera sido considerado como consumidor y por lo tanto esta normativa sería de aplicación.

En este caso, el TJUE declaró que es “preciso que el profesional desarrolle sus actividades comerciales en el Estado miembro del domicilio del consumidor, o bien, que por cualquier medio, dirija sus actividades a dicho Estado miembro o a varios Estados miembros, incluido este último. Para que el contrato de compraventa fuera calificado como un contrato celebrado con un consumidor, es requisito esencial que la

⁷³ Caso Emrek. Op. cit. <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?docid=143184&doclang=ES>

empresa dirija su actividad comercial o profesional al Estado del domicilio del consumidor. Por lo tanto, la clave se encuentra en delimitar el término “actividad dirigida”. A la delimitación de este término en el Caso Emrek contribuyen las declaraciones realizadas por el Abogado General Cruz Villalón⁷⁴ ponen de manifiesto que, existen indicios razonables para creer que la empresa francesa dirige su actividad a Alemania por dos motivos: la empresa dispone de un número de teléfono alemán en su página web para evitar que sus clientes alemanes soporten el coste de una llamada internacional lo cual parece indicar que se trata de una página web activa la cual dirige sus actividades comerciales a el Estado miembro donde reside el consumidor. Según Esperanza Castellanos Ruiz⁷⁵, la consecuencia de delimitar hacia que Estado está dirigida la actividad del comerciante es especialmente relevante a la hora de determinar cuales son los tribunales competentes.

A este respecto, Heredia Cervantes⁷⁶ señala que “no bastaría con que la página fuera accesible desde un determinado país para considerar a un sujeto como consumidor pasivo, sino que sería necesario, además que concurrieran la voluntad manifiesta por parte del profesional, de la que se dedujera su inequívoca intención de introducirse en ese mercado. En ocasiones tal voluntad se desprende del contenido y la configuración de la página mientras que en otras el carácter activo de la página no se debería a su configuración sino a otros factores externos, como por ejemplo la publicidad de la página fuera de la red en el país del consumidor. Por el contrario, cuando ni el contenido de la página ni el comportamiento del empresario pudiera deducirse ningún tipo de intención de traficar en el mercado del consumidor, la página web debería ser considerada pasiva y por lo tanto los consumidores que realizan algún tipo de operación con el empresario serían consumidores activos y no gozarían de la regulación tuitiva contenida en nuestro sistema de Derecho internacional privado. Es decir serían tratados exactamente como un profesional”.

⁷⁴ Cruz Villalón, Pedro. Abogado General. Caso Emrek. Sentencia del Tribunal de Justicia (Sala Tercera) de 17 de octubre de 2013. Op.cit., párr.. 22.

<http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?docid=143184&doclang=ES>

⁷⁵ Castellanos Ruiz, Esperanza. El concepto de actividad profesional «dirigida» al Estado miembro del consumidor: stream-of-commerce. Cuadernos de Derecho Transnacional (Octubre 2012), Vol. 4, No 2, pp. 70-92

⁷⁶ Heredia Cervantes, I. 2001. Op.cit., pág. 87.

A la vista de la complicación de delimitar quienes deben de ser considerados como TJUE elaboró una lista no exhaustiva de indicios que pueden ayudar a un tribunal nacional a determinar si dicha actividad comercial se dirige al Estado miembro del domicilio del consumidor en la STJUE 7 diciembre 2010, asunto C 585/08 Pammer y asunto C-144/09 Hotel Alpenhof.

En conclusión, el artículo 4 que pretende prohibir las prácticas comerciales que discriminen a los clientes a la hora de acceder a productos o servicios por motivos basados en la nacionalidad, lugar de residencia o establecimiento extiende el trabajo iniciado por el artículo 20 de la Directiva 2006/123. Considero que es importante resaltar las implicaciones de la ampliación en cuanto al ámbito de aplicación personal del Reglamento ya que un gran número de personas se mueven definitiva o temporalmente a otro Estado miembro dentro de la Unión Europea, por lo que ahora muchos más consumidores van a gozar de la protección comunitaria que otorga este Reglamento. No obstante, el Reglamento ha decidido excluir de su protección a aquellos consumidores que se encuentren fuera de la Unión Europea aunque las prácticas discriminatorias se lleven a cabo por empresas domiciliadas en Estados miembros. En cuanto a su ámbito de aplicación material, sorprende la decisión de dejar fuera a todos los contenidos audiovisuales teniendo en cuenta que la gran cantidad de prácticas de bloqueo geográfico que se llevan a cabo en este campo. En definitiva es un artículo que extiende la protección pero sigue sin ser una protección absoluta.

7. Investigación de la Comisión Europea a Hoteles Meliá⁷⁷.

En este apartado analizaré las consecuencias de aplicar las diferentes disposiciones comunitarias y sus limitaciones.

En 2017 la Comisión Europea abrió una investigación para analizar, a la luz de las normas antimonopolio de la UE, la licitud de prácticas de venta en línea que impedían a los consumidores ejercer su libertad de elección de un modo transfronterizo a la hora de contratar estancias hoteleras a precios competitivos. Actualmente la investigación sigue abierta y entre las empresas analizadas por la Comisión se encuentra la cadena española Hoteles Meliá. Esta investigación surge a raíz de denuncias recibidas por clientes de estos hoteles y de algunos de los principales operadores turísticos europeos (Kuoni, REWE, Thomas Cook y TUI)⁷⁸.

En el comunicado de prensa publicado la Comisión comenta de manera explícita que “acoge favorablemente la iniciativa de los hoteles para desarrollar e introducir mecanismos innovadores de fijación de precios que maximicen la ocupación de las habitaciones, pero ni los hoteles ni los operadores turísticos pueden discriminar a los clientes en función de su ubicación”. A la luz de estas declaraciones es evidente que el problema ante el que se encuentra la Comisión es un problema de bloqueo geográfico injustificado en el comercio electrónico. En el artículo, se especifica que estas prácticas han tenido lugar en línea, es decir, mediante alguna interfaz o portal web. Debido a que la investigación se inició en 2017 cuando el Reglamento no se había aprobado la investigación aplicará la Directiva⁷⁹, el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea y jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea.

Los acuerdos en cuestión podrían resultar ser discriminatorios para determinados clientes en razón de su nacionalidad o su país de residencia, como consecuencia de cuya aplicación no podrían ver la disponibilidad real del hotel o reservar habitaciones a los mejores precios.

⁷⁷ Además de las obras citadas en las notas a pie de página y bibliografía para el ajuste de términos generales de este capítulo se ha utilizado el texto académico: Geo-blocking, Live Sporting Events and the Digital Single Market in Europe. University of Oslo Oria, 2017.

⁷⁸ Comunicado de prensa de la Comisión Europea. Discriminación en los precios de los hoteles. (asunto 40528), 2017.. Disponible en: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-201_es.htm

⁷⁹ Directiva 2006/123 op.cit. art. 20.

La Comisión pone de manifiesto que “tal situación podría vulnerar las normas de competencia de la UE al impedir que los consumidores reserven plazas hoteleras en las mejores condiciones ofertadas por los operadores turísticos en otros Estados miembros, debido simplemente a su nacionalidad o su localidad de residencia. Podría dar lugar, además, a la compartimentación del mercado único”⁸⁰.

En la decisión de la Comisión de 16 de julio de 2008 relativa a un procedimiento de conformidad con el art.81 del Tratado de la CE y con el art.53 del Acuerdo EEE⁸¹, la Comisión llama la atención sobre la posible segmentación del mercado de la UE en monopolios nacionales. El TJUE también ha comentado en el caso de Sot. Lélos kai Sia EE⁸² “un acuerdo entre productor y distribuidor el cual puede tender a restablecer las divisiones nacionales en comercio entre Estados Miembros puede ser contrario al objetivo del Tratado de conseguir la integración de los mercados nacionales a través del establecimiento de un Mercado Único. En una perspectiva similar, la Comisión Europea en el caso de Pay-TV⁸³, criticó su objeto anticompetitivo el cual prohibía o limitaba las ventas pasivas transnacionales y garantizaba exclusividad territorial absoluta declarando que “un acuerdo que intente restablecer las divisiones entre mercados nacionales es considerado contrario al objetivo del Tratado de conseguir la integración de dichos mercados a través del establecimiento de un Mercado Único”⁸⁴. Estas declaraciones son un reflejo del contenido del artículo 26 del TFUE que pretende crear eliminar fronteras para fomentar la circulación libre de capitales, mercancías, personas y servicios.

El comunicado de prensa elaborado por la Comisión pone como contexto para todas las investigaciones abiertas en este caso⁸⁵ el artículo 101 TFUE que “prohíbe todo

⁸⁰ Comunicado de prensa de la Comisión Europea. (asunto 40528), 2017. Op.cit. pág. 2.

⁸¹ Decisión de la Comisión de 16.07.2008 relativa a un procedimiento de conformidad con el artículo 81 del Tratado CE y con el artículo 53 del Acuerdo EEE.

⁸² Asuntos acumulados C-468/06 a C-478/06. Sot. Lélos kai Sia EE. Ruiz-jarabo colomer, Dámaso. Conclusiones del Abogado General el 1 de abril de 2008.

⁸³ Commission decision of 7.3.2019 relating to a proceeding under Article 101 of the Treaty on the Functioning of the European Union and Article 53 of the EEA Agreement (Case AT.40023 - Cross-border access to pay-TV).

⁸⁴ Caso pay-TV, op.cit. pág. 2.

⁸⁵ La Investigación de la Comisión Europea incluye videojuegos, bajo los números de asunto AT.40413 (Focus Home), AT.40414 (Koch Media), AT.4020 (ZeniMax), AT.40422 (Bandai Namco) y AT.40424 (Capcom); acerca de la investigación sobre los precios de los hoteles, bajo el número de asunto AT.40308, y de los acuerdos de precios de venta al público, bajo los números de asunto AT.40465 (Asus), AT.40469 (Denon & Marantz), AT.40181 (Philips) y AT.40182

acuerdo entre empresas y toda decisión por parte de asociaciones de empresas que impidan, restrinjan o falseen el juego de la competencia dentro del mercado único de la UE”. No obstante, considero necesario hacer referencia al análisis del art. 101 TFUE hecho en este trabajo, donde ponía de manifiesto los límites de aplicación que tiene esta disposición, especialmente el límite que supone que solo se pueda aplicar a casos en los que las prácticas de bloqueo geográfico se hayan llevado a cabo mediante acuerdos. Al no ser de aplicación de forma retroactiva el nuevo Reglamento 2018/302 que prohíbe el bloqueo geográfico unilateral, estos casos quedarían impunes si se llega a la conclusión de que no han sido prácticas comerciales pactadas.

En el caso de Hoteles Meliá se debate la posible anticompetitividad de unos acuerdos llevados a cabo por la compañía y diferentes operadores turísticos ofreciendo productos y servicios a precios diferentes a consumidores dentro de la Unión Europea basándose en motivos de nacionalidad, lugar de establecimiento o residencia de los clientes. En el caso de que estos hechos se hubieran producido después de la entrada en vigor del Reglamento 2018/302 la Comisión tendría que investigar si se ha producido una limitación, o redirección de una página web a otra además de penalizar los acuerdos entre ambas empresas. En el caso de que se llegará a la conclusión de que no ha habido acuerdos entre las empresas cualquier práctica de bloqueo geográfico llevada a cabo por la empresa española quedaría impune ya que bajo la aplicación del art. 101 TFUE solo se prohíben las discriminaciones llevadas a cabo de forma concertada, al contrario que el artículo 4 del Reglamento 2018/302 que las prohíbe, aunque se lleven a cabo de forma unilateral.

Este caso no sólo pone de manifiesto los límites de aplicación de la regulación anterior al Reglamento, sino que también es ilustrativo del impacto que puede tener el nuevo Reglamento en la resolución de este tipo de casos ya que el resultado de aplicar una disposición u otra nos llevan en este caso a resoluciones completamente opuestas, en el supuesto de que no se hubieran producido pactos de bloqueo geográfico. En concreto, el artículo 4 del Reglamento prohíbe a los comerciantes aplicar condiciones generales de acceso diferentes a sus productos o servicios por motivos relacionados con la nacionalidad, el lugar de residencia o el lugar de establecimiento del cliente en tres situaciones. En el artículo 2, 14) el Reglamento define como condiciones generales de acceso: “todas las condiciones y otros datos, como los precios netos de venta, que

regulen el acceso de los clientes a los productos o servicios ofrecidos a la venta por un comerciante, que se establezcan, se apliquen y se pongan a disposición del público en general por parte del comerciante o en su nombre y que se apliquen a falta de un acuerdo negociado individualmente entre el comerciante y el cliente”. Siguiendo la definición que nos ofrece este artículo, se entiende que en el caso de que la cadena hotelera ofreciera precios diferentes a sus consumidores en base a su nacionalidad, lugar de residencia o lugar de establecimiento del cliente, esto podría ser considerado como bloqueo geográfico injustificado según el artículo 4, apartado 2 del Reglamento 2018/302.

El Reglamento dice que, en tales situaciones, “han de prohibirse todas esas discriminaciones y los clientes deben, por lo tanto, tener derecho en las condiciones específicas establecidas en el presente Reglamento, a realizar transacciones en las mismas condiciones que los clientes locales y han de poder acceder plenamente y por igual a los diferentes productos o servicios ofrecidos, independientemente de su nacionalidad, lugar de residencia o lugar de establecimiento”. Para llegar a la conclusión de que tales prácticas son ilícitas conforme al Reglamento las autoridades deberán probar la falta de causas que justifiquen estas prácticas de forma objetiva. No obstante, ha de tenerse en cuenta que las diferencias entre la legislación de los Estados Miembros pueden justificar este tipo de conductas. A pesar de suponer una barrera significativa a el comercio de del mercado interior europeo, son obstáculos difíciles de paliar ya que las exigencias legales que establecen algunos Estados miembros deben ser cumplidas por los comerciantes y por lo tanto se consideran a la luz del Reglamento como causas justificadas de bloqueo geográfico. En estos casos los comerciantes, cuando sea necesario y en la medida de lo posible, deberán adoptar medidas para garantizar que se garantice un acceso pleno e igual a los clientes afectados.

Un ejemplo en el que el presente caso podría ser considerado ilícito podría ser el siguiente. Un cliente francés quiere reservar una noche de hotel a través de la página web de Hoteles Meliá. Al intentar acceder al portal web destinado a Hoteles Meliá España, el cliente francés sin prestar consentimiento expreso, es redireccionado a una extensión de la página web diferente sin posibilidad de acceder a la extensión española. En esta página web a la que ha sido redireccionado se le ofrece el mismo servicio con

un precio diferente al ofrecido en el portal español sin posibilidad de elegir entre ambas ofertas.

En la hipótesis planteada, las prácticas llevadas a cabo serían consideradas ilícitas por el artículo 4, apartado 1 b) que establece lo siguiente:

Un comerciante no aplicará condiciones generales de acceso diferentes a sus productos o servicios por motivos relacionados con la nacionalidad o con el lugar de residencia o de establecimiento del cliente, cuando el cliente tenga intención de:

b) recibir de un comerciante servicios que se prestan por vía electrónica, que no sean servicios cuya característica principal sea proporcionar acceso a obras protegidas por derechos de autor o a otras prestaciones protegidas, y permitir su utilización, incluida la venta de obras protegidas por derechos de autor y prestaciones protegidas que no tengan soporte material.

No obstante y como he adelantado anteriormente habría que observar también posibles obligaciones impuestas por el Estado francés que pudieran justificar la conducta aparentemente ilícita planteada en este supuesto hipotético. Esta investigación ha tenido un gran impacto en la Regulación del Comercio Electrónico ya que se inició poco antes de la aprobación del Reglamento (UE) 2018/302, y es la primera investigación abierta por la Comisión en materia de bloqueo geográfico en el comercio electrónico.

Es incierto, si se considerarán ilícitas las prácticas llevadas a cabo por esta cadena hotelera pero aparentemente y con la limitada información publicada sobre su investigación parece que serán considerados ilícitos los acuerdos que tengan operadores turísticos si estos cumplen los requisitos del artículo 101 del TFUE. Sin embargo, de haber sido de aplicación el nuevo Reglamento (UE) 2018/302 parece que las posibilidades de calificar como bloqueo geográfico injustificado muchas de las prácticas reflejadas en la investigación habrían sido considerablemente mayores ya que el alcance de la nueva normativa es bastante más amplio que el del TFUE.

En conclusión, los cambios introducidos por el Reglamento 2018/302 tienen una gran relevancia práctica en comparación con las disposiciones del Tratado de

Funcionamiento de la Unión Europea. No obstante, considero esencial poner de manifiesto las limitaciones de aplicación que tiene el mencionado art. 4 del Reglamento al no aplicarse a productos o servicios de contenidos audiovisuales. Esto supone que todas las prácticas de bloqueo geográfico unilaterales llevadas a cabo por las otras empresas incluidas en esta investigación entre la que se encuentran empresas como Valve Corporation y Capcom, compañías de videojuegos que ofrecen contenidos audiovisuales, quedarán impunes. Por último, reconozco que la nueva normativa supone un avance de la normativa comunitaria de comercio electrónico ya que establece un ámbito de aplicación más amplio que el ofrecido por las disposiciones anteriores lo cual facilita una mayor protección de la libre competencia y protección del consumidor ante nuevos avances tecnológicos y cambios de estrategias de negocios que dan lugar a nuevos retos. Considero que la Unión Europea tiene la difícil tarea de proteger los derechos de los consumidores y mantener una Competencia efectiva en el mercado interior y por ello debería reconsiderar una evaluación de la nueva normativa con el fin de incluir los servicios audiovisuales.

8. Conclusiones y recomendaciones.

A lo largo de este trabajo he estudiado el nuevo Reglamento 2018/302, en especial su artículo 4 que regula el acceso a productos y servicios y las consecuencias que tendría su aplicación a la investigación abierta por la Comisión Europea a la cadena de Hoteles Meliá.

La cuestión principal que pretendía responder con este trabajo es si la nueva normativa tiene un alcance suficiente como para proteger los Derechos de los consumidores y la libre competencia dentro de la Unión Europea y cuáles son los límites del Reglamento, y especialmente del art. 4 a la hora de ser aplicados en la práctica.

Como se ha visto reflejado a lo largo del trabajo, el Reglamento 2018/302 mediante su artículo 2 nos proporciona una serie de definiciones que ayudan a comprender el alcance de sus disposiciones y su ámbito de aplicación. No obstante, y tras el análisis del artículo 4, podemos observar que su aplicación puede ser problemática debido a la falta de concreción de aquellas causas que serán consideradas como justificaciones objetivas para llevar a cabo prácticas de bloqueo geográfico.

A pesar de que los considerandos del Reglamento pueden ayudar a concretar que debe entenderse en cada caso por causas objetivas, las mismas parecen quedar a la interpretación del juez en cada caso concreto. Teniendo en cuenta la intención de la Unión Europea de armonizar la legislación del mercado interior en materia de comercio electrónico considero necesario prestar una mayor atención a los criterios de interpretación de dichas normas para que su aplicación sea uniforme dentro de toda la Unión Europea.

Al mismo tiempo que considero necesario una mayor concreción sobre las causas que deben ser consideradas como causas de justificación objetivas para llevar a cabo prácticas de bloqueo geográfico, creo que debería ampliarse el ámbito de aplicación material del Reglamento. Como he ido comentando a lo largo del estudio realizado sobre esta nueva normativa comunitaria, creo que dejar fuera del ámbito de aplicación

del Reglamento a los servicios de contenido audiovisual es un error teniendo en cuenta la importante presencia de empresas cuya actividad se basa en la prestación de contenido audiovisual haciendo uso de la creciente Inteligencia Artificial, Cloud y 5G.

Además, esto supone que en todos aquellos casos en los que una empresa lleve a cabo prácticas de bloqueo geográfico, el tribunal que se disponga a aplicar normativa europea de Derecho de la Competencia solo podrá acudir a los artículos 101 a 109 TFUE que como ya he demostrado en este trabajo resultan insuficientes en la mayor parte de casos de comercio electrónico.

De forma secundaria, he estudiado la posibilidad de aplicar esta nueva Regulación a la investigación de la Comisión Europea sobre los Hoteles Meliá y otros operadores turísticos europeos. Sobre lo cual he concluido que en el caso de que dicha empresa hubiera llevado a cabo prácticas de bloqueo geográfico de forma unilateral después del 3 de diciembre de 2018, éstas serían consideradas ilícitas por el nuevo Reglamento 2018/302. Sin embargo, estas mismas prácticas, en el caso de que fueran llevadas a cabo de forma unilateral, serían consideradas lícitas bajo la regulación de la Unión Europea. Los efectos por lo tanto de aplicar esta nueva regulación a determinados casos nos pueden conducir a resultados completamente diferentes a los obtenidos al aplicar la regulación comunitaria previa a la entrada en vigor del Reglamento.

Por último, considero que el Reglamento, establece una buena base para la regulación del comercio electrónico pero tal vez se queda atrás de muchas prácticas comerciales llevadas a cabo por las empresas nada más ser aprobado. Por esta rápida evolución y transformación de modelos empresariales la Unión Europea debería plantear una normativa más inclusiva y flexible para el comercio electrónico ya que parece muy costoso tener que revisar constantemente normativa recién aprobada, cosa que ocurre con este Reglamento el cual ya prevé su posible revisión en el propio preámbulo. En definitiva, el Reglamento 2018/302 amplía de forma notoria la protección de los consumidores y de la competencia en la Unión Europea ya que por primera vez se destina un Reglamento de forma exclusiva a las prácticas de bloqueo geográfico y se amplía su ámbito de aplicación en comparación con la Directiva 2006/123.

9. Bibliografía.

Doctrina

Arpio Santacruz, J., “Fundamento y alcance de la regulación europea sobre el bloqueo geográfico injustificado y otras formas de discriminación”, en. Revista de Derecho de la Competencia y de la Distribución, editorial Wolters Kluwer, n. 22, enero-junio 2018.

Carbajo Cascón, F., Manual práctico de Derecho de la Competencia, Tirant lo Blanch, Valencia, 2017.

Carel Maske, “Competition Policy and the Digital Single Market in the Wake of Brexit: Is Geoblocking Always as Evil as Most Consumers Believe?”, en. Journal of European Competition Law & Practice, Vol. 7, n. 8, 15, pp. 509–510. August 2016

Castellanos Ruiz, E., “El concepto de actividad profesional «dirigida» al Estado miembro del consumidor: stream-of-commerce”, en. Cuadernos de Derecho Transnacional, Vol. 4, No 2, pp. 70-92, Octubre 2012.

Flores Rojas, M.L., “Are online consumers protected from geo-blocking practices within the European Union?”, en. International Journal of Law and Information Technology, Oxford University Press, Volumen 26, n. 2, pp. 119–141, 2018.

Heredia Cervantes, I., "Consumidor pasivo y comercio electrónico internacional a través de páginas web.", en. Revista Jurídica, Vol. 5, pp. 69-100, 2001.

Jan D. Lüttringhaus y; Jürgen Basedow y; Klaus Hopt y; Reinhard Zimmermann, "Discrimination (Contract Law)" en. Max-Planck Encyclopedia of European Private Law, Oxford University Press, Vol. 1., pp.475–478, 2012.

Ortiz Vidal, M.D., “Contratos Electrónicos Internacionales B2C y protección del pequeño empresario”, en. Cuadernos de Derecho Transnacional, Vol. 6, n. 1, pp. 337-396, marzo 2014.

Paredes Pérez, J.I., “Medidas contra el bloqueo geográfico injustificado: El Reglamento (UE) 2018/30 y su incidencia sobre las normas europeas de Derecho internacional privado”, en. Revista electrónica de estudios internacionales (REEI) , Vol. 35 n. 10, 2018.

Reyes López, M.J, Manual de derecho privado de consumo, (2ª ed), La ley, 2012.
Svantesson, D.J.B., “The Role of Geo-location Technologies”, en. Solving the internet jurisdiction puzzle. Oxford University Press, 2017.

Thun und Hohenstein, R., Propuesta de Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo sobre resolución de litigios en línea en materia de consumo (Reglamento sobre RLL en materia de consumo) Bruselas, 21 de marzo de 2013. 2011/0374 (COD).

Van Cleynenbreugel, P., “The European Commission’s Geo-Blocking proposals and the future of EU E-Commerce regulation”, en. Masaryk UJL & Tech., Vol. 11 n. 39., 2017.

Legislación

Carta de los Derechos fundamentales de la Unión Europea.

Constitución Española.

Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 12 de diciembre de 2006.

Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior (DO L 376 de 27.12.2006, p. 36).

Ley 15/2007, de 3 de julio, de Defensa de la Competencia.

Ley 7/1998, de 13 de abril, sobre condiciones generales de la contratación.

Reglamento (UE) 2018/302 del Parlamento Europeo y del Consejo de 28 de febrero de 2018.

Reglamento (UE) n o 330/2010 de la Comisión, de 20 de abril de 2010 , relativo a la aplicación del artículo 101, apartado 3, del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea a determinadas categorías de acuerdos verticales y prácticas concertadas relativa a los servicios en el mercado interior.

Tratado de Función de la Unión Europea.

Jurisprudencia

Asuntos acumulados C-468/06 a C-478/06. Sot. Lélos kai Sia EE. Ruiz-jarabo colomer, Dámaso. Conclusiones del Abogado General el 1 de abril de 2008. <https://eurlex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:62006CC0468&from=EN>

Commission decision of 7.3.2019 relating to a proceeding under Article 101 of the Treaty on the Functioning of the European Union and Article 53 of the EEA Agreement (Case AT.40023 - Cross-border access to pay-TV).

Decisión de la Comisión de 16.07.2008 relativa a un procedimiento de conformidad con el artículo 81 del Tratado CE y con el artículo 53 del Acuerdo EEE. <https://eurlex.europa.eu/legalcontent/ES/TXT/HTML/?uri=CELEX:61976CJ0027&from=ES>

Sentencia del Tribunal de Justicia (Sala Tercera) de 17 de octubre de 2013. Caso Emrek. <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?docid=143184&doclang=ES>

Sentencia del Tribunal de Justicia de 14 de febrero de 1978. United Brands Company y United Brands Continentaal BV contra Comisión de las Comunidades Europeas.

Otros documentos en formato electrónico.

Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social y al Comité de las Regiones, “El mercado único en un

mundo en plena mutación. Un activo único que necesita un compromiso político renovado”. Bruselas, 22.11.2018 COM(2018) 772 final.<https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2018/ES/COM-2018-772-F1-ES-MAIN-PART-1.PDF>

Comunicado de prensa de la Comisión Europea. “Discriminación en los precios de los hoteles”. (asunto 40528), 2017.. Disponible en: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-201_es.htm

Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. La 5G para Europa: un plan de acción, 2016. Disponible en: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52016DC0588&from=es>

Estudio de la Comisión Europea. Geo-Blocking in the EU. A barrier to better deals online. Disponible en: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/geoblocking-infogr_en.pdf

Informe del Parlamento Europeo sobre las plataformas en línea y el mercado único digital (2016/2276(INI)) http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2017-0204_ES.html#title1

Informe del Parlamento Europeo sobre las plataformas en línea y el mercado único digital, 2017. Disponible en: http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/A-8-2017-0204_ES.html#title1

Informe final de la investigación sectorial sobre el comercio electrónico, Bruselas, 10.5.2017. Disponible en: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX:52017DC0229> .

Portal del Mercado único digital de la Unión Europea. Disponible en: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/policies/geoblocking>

10. Anexo de legislación.